



تحديات التجارة الإلكترونية

التي تواجه رواد الأعمال في اليمن

— ورقة سياسات —

تحديات التجارة الإلكترونية التي تواجه رواد الأعمال في اليمن

وائل الأهنومي

تشرين الثاني (نوفمبر) ٢٠٢٢

نبذة عن المشروع

يهدف مشروع التوجيه البحثي، وهو مشروع تنفذه مؤسسة رنين! اليمن بتمويل من مشروع الديمقراطية في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا (POMED)، إلى تعزيز دور الشباب من خلال إشراكهم في صناعة السياسات العامة ودعم عملية بناء السلام في اليمن. بحيث يصبح الشباب قادرين على التأثير في السياسات العامة وحل مشكلات التماسك المجتمعي والحوكمة المحلية. ويأتي هذا ضمن هدف رنين! الاستراتيجية في رفع أصوات الشباب وإيصالها إلى مراكز صنع القرار.

الملخص:

شبكة الإنترنت أو التطبيقات الإلكترونية على الهواتف المحمولة، أو صفحات التسويق الإلكترونية على منصة التواصل الاجتماعي، مثل الفيس بوك والواتساب، تيليجرام... وغيرها.

فحتى عام ٢٠٢١م سجلت وزارة التجارة والصناعة في حكومة صنعاء (١٠٠) سجل تجاري لأنشطة تسويق إلكتروني^٢ كنشاط رسمي، فضلا عن العدد الكبير من الأنشطة التجارية غير المسجلة عبر التطبيقات الإلكترونية أو على شبكات التواصل الاجتماعي كصفحات الفيس بوك ومجموعات الواتساب... وغيرها. هذا النشاط الآخذ في الازدياد أثار العديد من التساؤلات والتحديات، حول مدى جاهزية اليمن للتجارة الإلكترونية وهذا بدوره يقودنا للتساؤل حول دور الحكومة في الاستجابة لهذا النوع من الأنشطة من خلال تنظيم وتشجيع بيئة التجارة الإلكترونية، كما يطرح تساؤلا آخر حول ماهي التحديات التي يمكن أن تواجه ممارسي التجارة الإلكترونية والمتعاملين معها في اليمن.

تهدف هذه الورقة إلى معرفة المعوقات التي تواجه رواد الأعمال في مجال نشاط التجارة الإلكترونية في اليمن، وتحديد فرص التوسع في نشاط التجارة الإلكترونية في اليمن.

تم إعداد الورقة خلال الفترة من أغسطس إلى أكتوبر ٢٠٢٢م، وقد اعتمدت الورقة في جمع بياناتها بشكل أساسي على (٩) مقابلات منها (٣) عبر تطبيق زووم، (٦) مقابلات مباشرة، غطت منها (٧) ذكور، و(٢) إناث حيث استهدفت رواد الأعمال في التجارة الإلكترونية الذين يمتلكون مواقع تجارية على شبكة الويب، وأصحاب التطبيقات التجارية الإلكترونية، إلى جانب الخبراء والمختصين ومنظمات المجتمع المدني في مجالات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، والاقتصاد. بالإضافة إلى تنفيذ نزول ميداني لوزارة التجارة والصناعة ومكاتبها بما فيها مناقشة الموظف المعني بنافذة رواد ومبتدئي الأعمال، إلى جانب اعتماد الورقة على المصادر المكتبية من تقارير ودراسات ذات صلة بالموضوع محلية ودولية.

مثلت التجارة عبر الإنترنت في الآونة الأخيرة (التجارة الإلكترونية) ملاذ الكثير من رواد الأعمال في اليمن لتحسين معيشتهم وتحقيق الربح، فانتشرت صفحات التسويق الإلكتروني على مواقع التواصل الاجتماعي بشكل كبير وظهرت تطبيقات تجارية إلكترونية في قطاع الوجبات وقطاع التوصيل والخدمات وغيرها والتي يمكن الوصول إليها بسهولة عبر الهاتف المحمول أو جهاز الحاسوب. لكن في الوقت نفسه لا تزال بيئة التجارة الإلكترونية في اليمن ضعيفة مقارنة بحجم النشاط، وبالتالي أصبح على رواد الأعمال مواجهة الكثير من التحديات التي تقف أمام طموحاتهم التجارية وفي نفس الوقت أمام توسع نشاط التجارة الإلكترونية بشكل عام. توصلت الورقة إلى وجود العديد من التحديات القانونية والتنظيمية والتكنولوجية والمالية وغيرها التي تواجه رواد الأعمال في مجال التجارة الإلكترونية، كما قدمت الورقة حزمة من التوصيات ركزت بشكل عام على توفير البيئة القانونية والأطر المنظمة لنشاط التجارة الإلكترونية، والاهتمام بتحسين وتطوير البنية التحتية لتكنولوجيا الاتصالات والمعلومات، وتوفير الدعم المالي والفني وغيرها، والتي يمكن للحكومة والقطاع الخاص، ومنظمات المجتمع المدني العمل عليها لتحسين وتشجيع نشاط التجارة الإلكترونية.

الكلمات المفتاحية: التجارة الإلكترونية، رواد الأعمال، اليمن، تحديات

المقدمة:

على الرغم من تأثيرات الحرب المباشرة على الاقتصاد اليمني، التي تسببت في فقدان الكثير من اليمنيين لوظائفهم، وضعف النشاط التجاري، وارتفاع معدلات البطالة إلا أن هناك نشاط اقتصادي فرعي آخذ في الظهور والزيادة بشكل كبير، اتجه إليه الكثير من رواد الأعمال سواء أفراد أو شركات ناشئة، يتمثل هذا النشاط بالتجارة عبر الإنترنت أو ما يعرف بالتجارة الإلكترونية، والذي يتم مزاولته سواء تم من خلال المواقع التجارية الإلكترونية على

خلفية عامة:

باتت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات تشكل واقع جديد في الأنشطة الاقتصادية ليس على مستوى اليمن فحسب بل على مستوى العالم، فباتت التجارة الإلكترونية اليوم أبرز مجالات اهتمام الدول والحكومات والمنظمات كمحرك للتنمية الاقتصادية^٢، لما تقدمه من فوائد اقتصادية وتنموية، تنعكس على الفرد والمجتمع، فضلا عن بناء وعي وثقافة بمجال استخدام التكنولوجيا والتقنية في النشاط التجاري.

وينصرف مفهوم التجارة الإلكترونية وفقا لمؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية على عملية البيع أو الشراء للخدمات أو السلع باستخدام مواقع الويب أو الهواتف المحمولة أو أجهزة الكمبيوتر المحمولة أو عن طريق الإيميل، ويشمل ممارسي التجارة الإلكترونية الأفراد والحكومات ورواد الأعمال والمنظمات العامة أو الخاصة^٣.

في اليمن لا توجد بيانات أو معلومات حول حجم ونطاق نشاط التجارة الإلكترونية إلا أنه يمكن رصد العديد من الممارسات لهذا لنشاط من قبل الشركات التجارية والشركات التقنية ورجال الأعمال، لكنه يضل نشاط ضئيل بالمقارنة مع الدول العربية الأخرى مثل السعودية والأردن أو الإمارات، فقد جاءت اليمن بالمرتبة (١٣٨) من أصل (١٥٢) دولة في مؤشر التجارة الإلكترونية (BTC) التابع لبرنامج التجارة الإلكترونية من أجل الجميع الذي أطلقه مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية عام ٢٠١٧م^٤، وهو ما يضع تحديات كبيرة أمام الحكومة للانخراط بشكل أكبر في الاستجابة لتوفير بيئة للتجارة الإلكترونية، والتي تشمل البيئة القانونية المنظمة لنشاط التجارة الإلكترونية والبنية التحتية لتكنولوجيا الاتصالات والمعلومات وأنظمة الدفع والمعاملات الإلكترونية وحماية المعلومات والأمن السيبراني.

أهم التحديات والصعوبات:

يواجه رواد الأعمال اليمنيون المهتمون بالتجارة الإلكترونية العديد من التحديات المتعلقة بيئة التجارة الإلكترونية إلى جانب عوامل موضوعية أخرى متعددة يمكن تحديد أبرز تلك التحديات على النحو التالي:

١. ضعف توجهات الحكومة نحو الإلكترونية:

يطرح موضوع دور الحكومة في التجارة الإلكترونية تساؤل حول مدى التطور الذي وصلت إليه الحكومة في استخدام وتوظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تسيير أعمالها وتقديم خدماتها للمواطنين أو ما يطلق عليه بالحكومة الإلكترونية، خاصة في الدول النامية ومنها اليمن على اعتبار أن أهم عناصر قيام التجارة الإلكترونية يعتمد على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وهنا تتضح العلاقة بين الحكومة الإلكترونية والتجارة الإلكترونية القائمة على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات. باعتبارهما تطبيقين رئيسين لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات^٥.

إن تحسن حالة اليمن في تطبيق الحكومة الإلكترونية يمكن أن يكون مدخلا أساسيا لتعزيز وفمو نشاط التجارة الإلكترونية، إذ يشير التقدم في تطبيق الحكومة الإلكترونية إلى التطور في البنية التحتية للاتصالات وفي تقديم الخدمات عبر الإنترنت والتحسين في مستوى التعليم وانخفاض نسبة الأمية^٦ وكلها عناصر أساسية مهمة في تحسين بيئة التجارة الإلكترونية، لأن الحكومة في هذا المستوى قد وصلت إلى المستوى المطلوب من التحول الرقمي في بنيتها التنظيمية، وحققت القدر المطلوب من التحول الرقمي على مستوى المجتمع الذي تحتاجه التجارة الإلكترونية، وهنا تظهر الصعوبة التي تواجهها التجارة الإلكترونية في ظل غياب توجهات واضحة للحكومة نحو الحكومة الإلكترونية وتبني التجارة الإلكترونية إلى تأخير منافع الاستفادة من التجارة الإلكترونية كخيار فعال لامتصاص البطالة وإنعاش الاقتصاد عبر مشروعات ريادية.

الإلكترونية، لأن الحكومة في هذا المستوى قد وصلت إلى المستوى المطلوب من التحول الرقمي في بنيتها التنظيمية، وحققت القدر المطلوب من التحول الرقمي على مستوى المجتمع الذي تحتاجه التجارة الإلكترونية، وهنا تظهر الصعوبة التي تواجهها التجارة الإلكترونية في ظل غياب توجهات واضحة للحكومة نحو الحكومة الإلكترونية وتبني التجارة الإلكترونية إلى تأخير منافع الاستفادة من التجارة الإلكترونية كخيار فعال لامتصاص البطالة وإنعاش الاقتصاد عبر مشروعات ريادية.

٢. غياب قوانين منظمة للتجارة الإلكترونية:

تعمل الأطر القانونية والتنظيمية على خلق بيئة محفزة لنشاط التجارة الإلكترونية، إذ توفر غطاءً رسمي لممارسة الأنشطة التجارية عبر الوسائل الإلكترونية المختلفة وخاصة الإنترنت، وتضع اللوائح والتوجيهات والتعليمات المنظمة لسوق التجارة الإلكترونية، وتحمي حقوق كلاً من المتعاملين معها سواء مستهلكين أو مزودي خدمة أو منتج.

حتى كتابة هذه الورقة ليس هناك قانون خاص بالتجارة الإلكترونية، على الرغم من إعلان وزارة التجارة والصناعة عن تشكيل لجنة لإعداد مشروع قانون تنظيم التجارة الإلكترونية خلال المؤتمر الثاني للتجارة الإلكترونية عام ٢٠٢١^{١٠}، إلا أنه لم يتم إصداره حتى الآن^{١١}. وبالمقابل لا يعرف الكثير من المبحوثين الذين تم مقابلتهم عن أي قوانين أو إجراءات أو حتى قرارات رسمية يمكن البناء عليها في تنظيم التجارة الإلكترونية ولا عن مؤتمر التجارة الإلكترونية الذي نفذته وزارة التجارة والصناعة عام ٢٠٢١م. وهذا يدل على ضعف أداء الوزارة في الترويج لهذا النشاط وتشجيعه وإتاحة الفرصة لأصحاب المصلحة للمشاركة الفاعلة في وضع القانون، فقد اقتصر المؤتمر على حضور عدد قليل جداً من رواد الأعمال في التجارة الإلكترونية وأصحاب الشركات التقنية^{١٢}، كما أنه لا يثق الكثير ممن شملتهم الدراسة في الوعود التي قطعتها الوزارة في إصدار القانون الخاص بالتجارة الإلكترونية^{١٣}.

إن غياب قانون أو سياسات تنظم التجارة الإلكترونية من أهم الصعوبات التي تواجه نشاط التجارة الإلكترونية في اليمن. فقد أوضح أحد المبحوثين أن التجارة الإلكترونية في اليمن ناشئة ومظلومة بسبب عدم توفر القانون، حيث لا تستطيع الوزارة تقديم أي تسهيلات أو إجراءات تخدم رواد الأعمال في مجال التجارة الإلكترونية نظراً لغياب المرجعية المنظمة لذلك،

الإلكترونية في اليمن، من حيث عدم تحقيق الحكومة للتحويل المطلوب نحو تطبيق الحكومة الإلكترونية فبالرغم من تبني اليمن لموضوع الحكومة الإلكترونية منذ ٢٠٠٣م، إلا أنها لا زالت في مرتبة متدنية في مسح الحكومة الإلكترونية الذي أصدرته الأمم المتحدة عام ٢٠٢٠م فقد جاءت اليمن في المرتبة ١٧٣ من أصل ١٩٣ دولة في مؤشر تنمية الحكومة الإلكترونية^{١٤}.

بشكل عام يشكل عدم تطبيق خطط وبرامج واضحة للتحويل نحو تطبيق الحكومة الإلكترونية في اليمن أهم صعوبة يمكن أن تواجه التجارة الإلكترونية، على كل المستويات والتي ستظهر معنا عند استعراض الصعوبات والإشكاليات الأخرى فالحكومة الإلكترونية لها دور كبير في تسهيل وتسيير تقديم الخدمات والأعمال وفي تهيئة المجتمع نحو التحول الرقمي أو ما يطلق عليه بمجتمع المعلومات، وهو الأمر الذي لم يلمس من توجهات الحكومة حتى الآن.

فعلى الرغم من وجود تلك الخطط والبرامج إلا أنه لم يتم تطبيق أي منها، فعلى سبيل المثال تبنت وزارة الاتصالات البرنامج الوطني لتقنية المعلومات في ٢٠٠٣م وفي إطاره الحكومة الإلكترونية والتجارة الإلكترونية لكن البرنامج توقف ولم يتم تطبيقه، وبالمثل تبني المركز الوطني للمعلومات مشروع الشبكة الوطنية للمعلومات الذي مثل نواة للحكومة الإلكترونية منذ عام ٢٠٠٧م، لكن العمل بالمشروع ظل محدوداً، وأدى الصراع المؤسسي على قيادة مشروع الحكومة الإلكترونية بين المركز ووزارة الاتصالات إلى عرقلة تطبيق الحكومة الإلكترونية، وعلى الرغم من وجود اتفاق لاحق بين الجهتين على وثيقة مشروع الحكومة الإلكترونية برعاية الأمانة العامة لمجلس الوزراء ومنظمة الإسكوا في ٢٠٠٩م إلا أن الوثيقة ظلت حبرا على ورق حتى يومنا هذا^{١٥}.

وبالتالي فإن أحكام العقوبات في قانون المستهلك لا تنطبق على نشاط التجارة الإلكترونية لصعوبة إثبات المخالفات بناء على أحكام الضبط والتحري، خاصة مع عدم وجود قانون خاص بالجرائم الإلكترونية.

إن التجارة الإلكترونية تتطلب رؤية شاملة وإرادة سياسية حقيقية لتبني هذا النشاط وتشجيعه، ومعالجة القضايا التي تخلقها التعاملات التجارية على شبكة الإنترنت، ومن ذلك توفير البيئة القانونية والتنظيمية للتجارة الإلكترونية، مثل إصدار قانون خاص بالتجارة الإلكترونية وإقرار قانون الجرائم الإلكترونية، وتطوير

إن غياب قانون خاص بالتجارة الإلكترونية والجرائم الإلكترونية، وضعف مواكبة القوانين والأنظمة الحالية لطبيعة وحجم التجارة الإلكترونية يخلق حالة من عدم الثقة واليقين لرواد الأعمال في ممارستها.

قانون حماية المستهلك ليشمل جوانب التجارة الإلكترونية، وتوفير العديد من السياسات والأدلة المنظمة لأنشطة التجارة الإلكترونية وهو أمر ما زال بعيد المنال في اليمن.

٣. نشاط متنامٍ واستجابة رسمية ضعيفة مع أنشطة التجارة الإلكترونية:

سجلت وزارة التجارة والصناعة حتى عام ٢٠٢١م، (١٠٠) سجل تجاري تحت مسمى نشاط "تسويق إلكتروني" ^{٢٠} فقد استحدثت وزارة التجارة والصناعة نافذة "رواد ومبتدئي الأعمال" عام ٢٠١٨م، الغرض منها منح تصاريح تجارية رسمية لأصحاب المشاريع الريادية، وخاصة الذين لا يملكون رأس مال كبير لبدء المشاريع التجارية، ومنها نشاط التجارة الإلكترونية ^{٢١}، لكن هذه النافذة لا توفر القدر الكافي من الاستجابة للنشاط المتنامي في مجال التجارة الإلكترونية، فالتصاريح التي تصدرها الوزارة لأصحاب المشاريع الإلكترونية هي تصاريح مؤقتة أي سجلات تجارة مؤقتة وفقاً لدليل الخدمات لوزارة التجارة والصناعة ^{٢٢}، الغرض منها فقط

حيث أن توفر القوانين والسياسات يعني حماية لممارسي التجارة الإلكترونية سواء كانوا باعة أو متسوقين، وأيضاً حماية لمصالح الدولة من ضرائب وجمارك وغيرها ^{٢٣}، يرى مبحوث آخر أن عدم وجود قانون يخلق عدم ثقة من قبل الجمهور في التعامل مع الأنشطة التجارية عبر الإنترنت، ومن جهة أخرى يمكن أن يوفر تواجد القانون الثقة في التعامل مع هذا النوع من النشاط بين المواطنين، وبالتالي يخلق قاعدة كبيرة من المستهلكين مما يساعد على انتشار وتوسع نشاط التجارة الإلكترونية بشكل عام ^{٢٤}.

والملاحظ أن البيئة التشريعية الحالية في اليمن ضعيفة جداً في التعامل مع قضايا التجارة الإلكترونية وخاصة فيما يتعلق بحماية المستهلك وقضايا الاحتيال والقرصنة عبر الإنترنت، فعلى الرغم من وجود قانون أنظمة الدفع والعمليات المالية والمصرفية الإلكترونية رقم (٤٠) لسنة ٢٠٠٦م ^{٢٥} الذي يعتبر القانون الوحيد الداعم بصورة غير مباشرة لمجال التجارة الإلكترونية، إذ يعترف هذا القانون بالدفع الإلكتروني وشرعية وحجية التوقعات والمعاملات المصرفية الإلكترونية ^{٢٦}. إلا أنه لا توجد في مواد هذا القانون إجراءات وأساليب تحدد جمع الاستدلالات في الجرائم الإلكترونية، وهو ما يشكل عائق أمام استخدام وانتشار أنظمة الدفع الإلكترونية، وبالتالي يؤثر بشكل مباشر على نشاط التجارة الإلكترونية ^{٢٧}.

بالمقابل أشار قانون حماية المستهلك في المادة رقم (٤) إلى أن أهدافه تشمل موضوع التجارة الإلكترونية، حيث أشار إلى أن أحكام قانون حماية المستهلك تسري على نشاط التجارة الإلكترونية ^{٢٨}، لكن في الحقيقة لم يتناول القانون قضايا الاحتيال وحماية البيانات وخصوصية المستهلك عبر الإنترنت، كما أن الكثير من أحكام القانون لا تنطبق على نشاط التجارة الإلكترونية، مثل أحكام الضبط والتحري على السلع إذ يفترض القانون وجود منشآت صناعية أو تجارية يتم النزول إليها وإجراء عملية التفتيش ومعاينة السلعة، وهذا الأمر لا ينطبق على التجارة الإلكترونية كون المتاجر التجارية افتراضية وليست واقعية،

قانوني أو تنظيمي، وهذا يؤثر على نمو وتوسع نشاط التجارة الإلكترونية ويؤثر على تحول الأنشطة التجارية الإلكترونية إلى أنشطة رسمية^{٢٧}.

٤. تحديات التمويل والدعم:

أكد معظم رواد الأعمال ممن جرى مقابلتهم أنهم واجهوا صعوبات في الحصول على التمويل لمشروعاتهم الإلكترونية، وأنهم اعتمدوا في تمويل نشاطهم التجاري على الأقارب والعلاقات. يوضح عبدالله الخدري أنه يدير نشاطه الإلكتروني بنفسه لعدم قدرته على تشغيل أشخاص آخرين معه نظراً لارتفاع تكاليف التسويق، كما أنه لا يوجد دعم من قبل الدولة لأنشطة التجارة الإلكترونية كما هو الحال في الكثير من الدول العربية والنامية عموماً، فلا توجد جوائز استثمارية أو حوافز مادية من قبل وزارة التجارة والصناعة، للمشاريع الريادية، كما لا تقوم الوزارة بربط وتعريف المستثمرين برواد الأعمال في التجارة الإلكترونية^{٢٨}.

من جهة أخرى أشارت مالكة موقع مين أونلي على أن البنوك تفرض شروط معقدة للحصول على قرض لتمويل مشروعها عبر الإنترنت، تشمل من ذلك توفير ضمانات وفوائد مرتفعة على القرض^{٢٩}، وأكد حمدي شاهر أن المنظمات المحلية والدولية لا تقدم أي دعم لمثل هذه المشاريع لأسباب متعلقة بالمانح، كما أنه للحصول على التمويل من الآخرين يتطلب الأمر وجود الثقة والإيمان بفكرة المشروع، على أنه من الصعب الحصول على تمويل من حاضنات أعمال أو من بنوك لأنها تطلب ضمان بنفس المبلغ المقترض وهذا الأمر لا يحقق الاستفادة منه^{٣٠}.

إصدار وثيقة لحجز الاسم التجاري وليست وثيقة تمنحك حق امتلاك الشركة أو المنشأة^{٣١} ما يعكس ضعف الاهتمام الرسمي بنشاط التجارة الإلكترونية، عوضاً عن أنها أيضاً ليست من أولويات وأهداف الوزارة، كذلك لا يحظى نشاط التجارة الإلكترونية بأي مسوغ إداري أو قانوني، فاللائحة التنظيمية لوزارة التجارة والصناعة رقم (٢٨٤) لسنة ٢٠٠٩م، لم تشر أي مادة قانونية ضمن أهدافها الاستراتيجية أو أهدافها العامة لموضوع التجارة الإلكترونية، كما أنه لا يوجد في هيكلها الإداري والتنظيمي مكون تنظيمي بأي مستوى خاصة بنشاط التجارة الإلكترونية.

وفيما يتعلق بإجراءات التسجيل للأنشطة التجارية الإلكترونية فهي تخضع لإجراءات تسجيل الأنشطة التجارية العادية، لأنه لا يوجد قانون خاص بهذه الأنشطة أو سياسات أدنى تنظم إجراءات تسجيلها، وهذا في نظر كثير من المبحوثين يشكل عائق أمام مشروعاتهم لأنه تسري عليهم التزامات مالية كالضرائب والتأمينات، وهذا لا يتماشى مع طبيعة الأنشطة التجارية عبر الإنترنت كونها أنشطة افتراضية الدخول فيها محدود وتحتاج الكثير من الوقت لتنمو^{٣٢}. وقد أشارت إحدى المبحوثات إلى أن التصاريح التجارية للأنشطة الإلكترونية التي تصدرها الوزارة هي تصاريح شكلية لا تمكن من فتح حاسب بنكي باسم النشاط التجاري، ولا تستطيع أن تدخل عبره في المناقصات وهذا يؤثر على نمو نشاط التجارة الإلكترونية^{٣٣}.

كما أن الوزارة لا تمتلك قائمة لتصنيف أنواع الأنشطة التي تندرج تحت مسمى الأنشطة أو المشاريع الريادية التي توفرها نافذة " رواد ومبتدئي الأعمال " في وزارة التجارة والصناعة، والتي يمكن للأشخاص أن يسجلوا فيها، فقد أشار أحد المبحوثين إلى أن الأنشطة الريادية التي تمنحها الوزارة سجل تجاري قد تقلصت من أربعة أنشطة إلى نشاط واحد وهو "تسويق إلكتروني"، كما أن تصنيف هذه الأنشطة والغاءها تتم بدون أي مبرر أو مسوغ

كما اتفق جميع المبحوثين الذي تم مقابلتهم على أن مسألة ضعف الوعي المجتمعي وتدني مستوى المعرفة الثقافية بالتجارة الإلكترونية ومجال الأعمال عبر الإنترنت، تعد من أهم العوائق الحالية والمستقبلية التي تهدد نشاط التجارة الإلكترونية، سواء على مستوى المجتمع أو على مستوى الجهات الحكومية.

إن ضعف الوعي بهذه المسائل يخلق نوع من الخوف من التغيير لدى المجتمع للتعامل مع هذا النوع من النشاط، ويفرض تحديات كبيرة على رواد الأعمال من ناحية عنصر الوقت والمال ويرفع من درجة المخاطرة، فأهم صعوبة واجهها حمدي شاهر عند البدء بمشروعه التجاري "تطبيق وجبات"، كانت مسألة التوعية والتثقيف، وكيفية إقناع المجتمع بأن هناك خدمة توصيل أو خدمة إلكترونية عبر الإنترنت، والتي أخذت منه وقت ومال كبير.^{٣٥}

”

من جهة أخرى تزداد درجة المخاطرة عند البدء بالنشاط التجاري عبر الإنترنت، حيث يرى عبد الله الخدري أن ما يميز معظم أفكار المشاريع الإلكترونية أنها جديدة وفريدة على عكس مشاريع السوق الحالية مثل فتح محل أو مستشفى، وهذه تعتبر من أهم الصعوبات التي واجهها لأنها

“

زادت من درجة المخاطرة لديه عند البدء بمشروعه عبر الإنترنت.^{٣٦}

وهنا يمكن أن نشير إلى الدور الذي يمكن أن تقوم به الحكومة في مجال التعليم من خلال تطبيقها للحكومة الإلكترونية، حيث يمكنها سد الفجوة الرقمية بين المواطنين، فمستوى التحصيل التعليمي يحدد الكفاءة في المهارات الرقمية وهو ما يجعل من استخدام الإنترنت في تنفيذ الأنشطة التجارية أكثر تقبلاً.^{٣٧}

كما أشارت إيمان المقطري إلى صعوبة الحصول على مستثمرين في مجال التجارة الإلكترونية بسبب التخوف من المخاطرة بالدخول في هذا النوع من الأنشطة، وغموض الفهم بطبيعة نشاط التجارة الإلكترونية، وهذا الأمر أثر على نشاطها الإلكتروني بشكل كبير وتحول من منصة إلكترونية إلى مكتب توظيف.^{٣٨}

كما يواجه رواد الأعمال في مجال الشركات التقنية والتي تمارس من ضمن أعمالها التجارة الإلكترونية، تحديات في التمويل والدعم، فوفقاً لنتائج المسح الذي قامت به مؤسسة رواد عن الشركات التقنية الناشئة والذي شمل (٦٨) شركة تقنية في ست محافظات يمنية، لم تحظ هذه الشركات بدعم مالي رسمي من الجهات الحكومية، وجاءت مساهمة البنوك في التمويل بنسبة (٣٠٪)، والمنظمات غير الحكومية بنسبة (١٠٪)، والمستثمرين بنسبة (٩٠٪)، فيما جاءت نسبة المدخرات الشخصية والعائلة والأصدقاء مجتمعة بنسبة (٦٩٪).^{٣٩} لذا يمكن القول أن هناك غياب واضح لرؤية الحكومة وسياساتها في مسألة دعم نشاط التجارة الإلكترونية والترويج له في اليمن الذي يعتبر في طور النمو، ويحتاج إلى الكثير من الدعم والتشجيع كما في الدول الأخرى.

٥. تحديات الأمية والثقافة والوعي:

تشكل الثقافة والوعي بالتجارة الإلكترونية ومجال تكنولوجيا المعلومات والحاسوب أهمية كبيرة ومحورية في تشجيع بيئة العمل عبر الإنترنت وانتشارها، خصوصاً أن تجربة التجارة الإلكترونية ناشئة في اليمن، ومن جهة أخرى فارتفاع نسبة الأمية إلى (٤٥٪) من السكان^{٤٠} يجعل من الصعب انتشار ثقافة التجارة الإلكترونية، أيضاً ضعف استخدام الحوسبة وتطبيقات الحاسوب في أوساط المجتمع نتيجة الأمية الحاسوبية والتقنية البالغ نسبتها (٧٥٪) من السكان^{٤١}.

٦. ضعف خدمات الدفع الإلكترونية:

يعتبر الدفع الإلكتروني أهم حلقة في سلسلة التجارة الإلكترونية، إذ يوفر وسيلة سهلة وسريعة للمستهلكين وممارسي التجارة الإلكترونية لإجراء التعاملات المالية المطلوبة لإتمام عملية البيع والشراء عبر الإنترنت. كما أنها في البلدان النامية خاصة اليمن تمثل أول خطوة في تعزيز الشمول المالي لأفراد المجتمع وتوسع التجارة الإلكترونية على مستوى العالم.^{٣٨}

في اليمن تتمثل الصعوبة التي تواجه التجارة الإلكترونية في ضعف خدمات الدفع الإلكترونية التي تقدمها البنوك والمؤسسات المالية، فالبنوك لا تقدم نقاط خدمة الدفع الإلكتروني عبر المواقع التجارية على شبكة الإنترنت، بحيث يكون الخصم من حساب العميل إلى حساب المتجر الإلكتروني، ويعود السبب في ذلك إلى مخاطر الأمن على شبكة الإنترنت.^{٣٩}

كما تمنع بعض البنوك إجراء المعاملات المالية عبر الإنترنت لعملائها، بينما البعض يوفر خدمات مصرفية محدودة مثل تصفح رصيد العميل وسجل المعاملات، علاوة على ذلك يتحمل العميل أي عملية احتيال أو قرصنة عبر الإنترنت، بينما يبقى البنك نفسه بعيداً عن تحمل أي مسؤولية.^{٤٠}

بالإضافة إلى ضعف الشمول المالي في اليمن، حيث لا تتجاوز نسبة من يمتلكون حساب بنكي ١٠٪ وهي نسبة ضئيلة جداً إذا ما تم مقارنتها بإجمالي عدد السكان البالغ عددهم ٢٩,٦ مليون نسمة^{٤١}، تُشكل حسابات النقود الإلكترونية منها نسبة ٢٧٪، فيما لا تمتلك النساء سوى ٢٪ من الحسابات المالية.^{٤٢}

بالمقابل تتركز الحسابات البنكية في المدن بنسبة كبيرة جداً حيث بلغت نسبتها ٩٣,٨٪، وفي الريف بنسبة ٦٪ فقط.^{٤٣} ويرجع ذلك إلى تركيز البنوك وفروعها في المدن والمراكز الحضرية، بينما ٧٣٪

من اليمنيين يعيشون في المجتمعات الريفية مما يقيد الوصول إلى الخدمات المالية التي تقدمها البنوك بالإضافة إلى ارتفاع معدل الأمية والفقر بين السكان إذ تبلغ على التوالي نسبة (٤٥٪)، (٥٠٪)^{٤٤}، وهذا يؤثر على عملية اتساع نشاط التجارة الإلكترونية في اليمن ككل.

وهنا يمكن القول أنه حتى مع ظهور المحافظ الإلكترونية مؤخراً، إلا أن قدرتها على تنفيذ المعاملات المالية في التجارة الإلكترونية ضئيلة جداً، فقط شكلت المشتريات عبر الإنترنت (١٣٪) من إجمالي المدفوعات المالية بين عامي ٢٠١٦-٢٠١٩م، بينما شكلت عمليات السحب النقدي (٥٩٪)، ودفع فواتير الهاتف والإنترنت (٢٦٪)^{٤٥}

من الناحية القانونية ليس هناك إطار قانوني لإنشاء نظام مدفوعات إلكترونية، عدا ذلك فإن ما تشير إليه القوانين أو التعليمات الحالية المتعلقة بالتجارة الإلكترونية والتي يصدرها بنك صنعاء أو بنك عدن هي تشير فقط إلى تحديد مسؤولية البنك المركزي في تنظيم مهام وتحديد شروط وصلاحيات مقدمي الخدمات الإلكترونية، وإصدار التصاريح الخاصة بمقدمي الخدمات.^{٤٦}

علاوة على ذلك يمثل الانقسام في البنك المركزي اليمني بين صنعاء وعدن، من أهم المعوقات الرئيسة في القطاع المصرفي وبالتالي يؤثر بشكل غير مباشر على تحسين بيئة التجارة الإلكترونية.

٧. ضعف بنية وخدمات الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات:

تمثل مشاكل الإنترنت وضعف البنية التحتية للاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، أحد أهم المعوقات التي تواجه التجارة الإلكترونية في اليمن، وقد أشار أحد المبحوثين العاملين في أنشطة

وفيما يتعلق بالبنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، فقط كان للحرب دور رئيسي في إضعافها على مستوى كل مناطق اليمن، فوفقاً لإحصائية حكومة صنعاء عن الخسائر والأضرار لوزارة الاتصالات والجهات التابعة لها، أدت الحرب إلى تدمير الكثير من مرافق البنية التحتية للاتصالات في القطاع العام والخاص، والتي بلغت تكلفتها ٦,٧ مليار دولار، ما أدى وفقاً للإحصائية إلى حرمان أكثر من ١,٢ مليون مواطن من خدمات الاتصالات والإنترنت، وما يقرب من ١٤ مليون مستخدم يعاني من تردي وضعف خدمات الاتصالات والإنترنت، فضلاً عن أكثر من ١,٥ مليون مواطن لم يعد قادراً على استخدام خدمات الاتصالات والإنترنت.^{٥٧}

” مما سبق يمكن القول أن مستوى تبني نشاط التجارة الإلكترونية في اليمن متدن جداً، فاستجابة الحكومة ممثلة بوزارة التجارة والصناعة لمجال التجارة الإلكترونية ضعيف جداً، حيث لا يوجد دعم لهذا النشاط فضلاً عن افتقار الوزارة لقانون خاص أو سياسات واضحة تنظم نشاط التجارة الإلكترونية. أثرت الحرب بشكل كبير على البنية التحتية لتكنولوجيا الاتصالات والمعلومات، بالإضافة إلى ارتفاع أسعار استخدام الإنترنت، وهو ما انعكس سلباً على نمو واتساع نشاط التجارة الإلكترونية.“

الإلكترونية، كما أنه لا يوجد قوانين للجرائم الإلكترونية، وأيضاً لا تتوفر مواد قانونية أو سياسات محددة في قانون حماية المستهلك تتناول بالتفصيل حماية المستهلك في مجال التجارة الإلكترونية، بالإضافة إلى ضعف البنية التحتية في مجال التكنولوجيا والاتصالات في توفير البيئة المناسبة، لازدهار وتطور التجارة الإلكترونية، بالإضافة إلى تحدي الأمية والثقافة والوعي التي تحد من ازدهار أنشطة التجارة الإلكترونية بين عامة الناس، واستمرار حالة الصراع والحرب.

التجارة الإلكترونية إلى أن الانقطاعات المتكررة للإنترنت من أهم المعوقات التي تواجه التجارة الإلكترونية في اليمن، لأن نشاط التجارة الإلكترونية قائم على الإنترنت.^{٥٧} وفي السياق نفسه أشار مبحوث آخر إلى أن انقطاع الإنترنت عن اليمن مطلع عام ٢٠٢٠ م والذي استمر لمدة ٥٩ يوم أدى إلى تدمير مشروعه التجاري "تطبيق وجبات"، والعودة به إلى نقطة البداية.^{٥٨}

علاوة على الانقطاعات المتكررة للإنترنت، يضيف أحمد عبد المولى^{٥٩} وإيمان المقطري^{٦٠} أن ضعف الإنترنت والتكلفة العالية للحصول على الخدمة، هي أكبر المشاكل التي تواجه التجارة الإلكترونية. حيث تعتبر تكلفة الإنترنت في اليمن هي الأعلى عربياً، إذ تصل تكلفة الجيجابايت الواحد إلى ١٥,٩٨ (دولار).^{٦١} وهذا يجعل الحصول على خدمة الإنترنت غير متاحة لشرائح واسعة من السكان، إذا ما تم مقارنتها بدخل الفرد^{٦٢}. بالإضافة إلى أنه لا تزال أغلب المناطق الريفية في اليمن لم تصلها خدمات الاتصالات والإنترنت^{٦٣}، وبالمقابل تصل نسبة من يستخدمون الإنترنت بشكل عام وليس لأغراض تجارية في اليمن ٢٦٪ من السكان وهي نسبة ضئيلة جداً تقل بأكثر من ٤٠ نقطة عن المتوسط العالمي ٦٦٪، كما تقل بأكثر من ٥٠ نقطة عن متوسط الدول العربية^{٦٤}.

كما أشارت إيمان المقطري إلى أن احتكار الدولة لتقديم خدمات الإنترنت في اليمن عبر شركة تيلمين والمؤسسة العامة للاتصالات يعتبر عاملاً غير مشجع لنمو التجارة الإلكترونية، إذ لا تستطيع شركات القطاع الخاص من تقديم خدمة الإنترنت بتكلفة ميسرة ومعقولة وذات جودة عالية لجميع السكان، لأنه لا توجد بيئة تنافسية في مجال خدمات الإنترنت^{٦٥}. كما أن الإطار القانوني للاتصالات رقم (٣٨) لسنة ١٩٩١م، لا يمثل مرجعية قانونية شاملة للشركات الخاصة التي تقدم خدمات الهاتف النقال والإنترنت، مما يجعل البيئة التنافسية في مجال الاتصالات محدودة وبالتالي يعيق الاستثمار في هذا المجال^{٦٦}.

التوصيات:

ارتباطا بما تضمنته هذه الورقة من تحليلات حول تحديات التجارة الإلكترونية في اليمن فإن أبرز التوصيات التي يمكن الأخذ بها لتجاوز تلك التحديات أو التخفيف من حدتها تتمحور في التالي:

1. سيتطلب تحقيق دفعة في التحول نحو التجارة الإلكترونية أن تقوم وزارة التجارة والصناعة بإجراء المزيد من الدراسات والأبحاث عن طبيعة وحجم نشاط التجارة الإلكترونية في اليمن، ويمكن في إطار ذلك أيضا إجراء دراسة تقييمية لتحديد الفرص والتحديات في مجال التجارة الإلكترونية بمساعدة مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية من خلال برنامج التجارة الإلكترونية للجميع الذي أطلق في عام ٢٠١٧م.
2. إعداد مصفوفة بالاحتياجات التقنية والفنية اللازمة التي سوف تساعد في ازدهار وتطوير التجارة الإلكترونية بجهود مشتركة بين وزارتي التجارة والصناعة والاتصالات ورواد الأعمال والقطاع الخاص والمنظمات العاملة في المجال التقني.
3. تطوير مجموعة من التشريعات والسياسات الخاصة بالتجارة الإلكترونية بطريقة تشاركية مع كل الأطراف المعنية الرسمية وغير الرسمية بما فيهم القطاع الخاص ورواد الأعمال والمجتمع المدني المعني.
4. التعاون بين كل من وزارة التجارة والصناعة والبنك المركزي، وزارة الاتصالات وتقنية المعلومات واتحاد الغرف الصناعية والتجارية في توفير منصة لتسجيل الأنشطة التجارية الإلكترونية كخطوة أولى لتسهيل عملية تسجيل المشاريع التجارية عبر الإنترنت والمساهمة في تحويل تلك الأنشطة من أنشطة غير رسمية إلى أنشطة رسمية.
5. إنشاء كيان إداري أو وحدة فنية في وزارة التجارة والصناعة تتولى عملية إدارة أنشطة التجارة الإلكترونية، وتحديد مجالات ونطاق النشاط التجاري عبر الإنترنت، وتوفير دليل يحدد ذلك وينشر على موقع الوزارة، وتوفير إحصاءات ومعلومات كافية عن هذه الأنشطة وفرصها.

6. تبني البنك المركزي ووزارة الاتصالات برنامج دعم وطني لتطوير التجارة الإلكترونية يشمل تقديم وتسهيلات مالية وقروض ميسرة لرواد الأعمال في مجال التجارة الإلكترونية.
7. تقديم خدمات إنترنت واتصالات بأسعار ميسرة وتوفيرها في كافة مناطق الجمهورية.
8. تحفيز رجال الأعمال والقطاع الخاص لدعم مشاريع التجارة الإلكترونية، عبر حملة مناصرة وتوعية مع وزارة التجارة والصناعة ومنظمات المجتمع المدني المحلية.
9. تبني حزمة من الحملات التوعوية لرفع الوعي المجتمعي بأهمية وفوائد التجارة الإلكترونية من خلال برامج التلفاز أو الراديو أو إقامة الندوات والمؤتمرات.

المراجع والهوامش:

- [illegible]

٤٨. حمدي شاهر، مقابلة شخصية، مصدر سابق.
٤٩. أحمد عبد المولى، مقابلة شخصية، مصدر سابق.
٥٠. إيمان المقطري، مقابلة شخصية، صنعاء، ٢ أكتوبر ٢٠٢٢.
٥١. منصور البشري، آثار الصراع على قطاع الاتصالات في اليمن، مركز صنعاء للدراسات الاستراتيجية/ ديب روت لاستشارات/ مركز البحوث التطبيقية بالشراكة مع الشرق، CARPO، إعادة تصور اقتصاد اليمن، ٢١ يناير ٢٠٢١، ص ٩، ١٠، على الرابط : https://sanaacenter.org/files/Rethinking_Yemens_Economy-policy_brief_21_ar.pdf
٥٢. المستجدات الاقتصادية والاجتماعية في اليمن، وزارة التخطيط والتعاون الدولي، قطاع الدراسات والتوقعات الاقتصادية، بدعم من المكتب القطري لليونسف unicef، العدد ٦٣ أغسطس ٢٠٢١، ص ٩.
٥٣. عبد الغني محمد السماوي(وآخرون)، خدمات الدفع الإلكتروني في اليمن: التحديات وفرص النجاح، مصدر سابق، ص ٩٢.
٥٤. المستجدات الاقتصادية والاجتماعية في اليمن، وزارة التخطيط والتعاون الدولي، مصدر سابق، ص ١٠.
٥٥. إيمان المقطري، مقابلة شخصية، مصدر سابق.
٥٦. منصور البشري، آثار الصراع على قطاع الاتصالات في اليمن، مركز صنعاء للدراسات الاستراتيجية، مصدر سابق، ص ٤.
٥٧. إحصائية الأضرار والخسائر خلال ٧ أعوام من الصمود، موقع وزارة الاتصالات وتقنية المعلومات، ١٢ إبريل ٢٠٢٢، على الرابط: https://mtit.gov.ye/mobile/pdata_info.aspx?PDID=195&sd=media_center_yemen.aspx

عن الباحث

وائل الأهنومي، خريج بكالوريوس علوم سياسية في جامعة صنعاء، باحث وعضو في منتدى سلام اليمن، كتب عدة أبحاث وتقارير في مواضيع مختلفة.

عن مؤسسة رنين! اليمن

رنين! اليمن مؤسسة غير حكومية غير ربحية بدأت بمزاولة أعمالها كمبادرة شبابية في يناير ٢٠١٠ وسجلت رسمياً في وزارة الشؤون الاجتماعية في أغسطس ٢٠١١. تعمل المؤسسة على خلق مناخ سياسي جديد يعنى بتطوير وتقييم السياسات العامة. تهدف رنين اليمن إلى تقديم أصوات الشباب اليمني لخطاب السياسة العامة في اليمن ودعم العمل الشبابي ذات البعد الوطني والدولي.



كل الحقوق محفوظة لـ مؤسسة رنين! اليمن

<http://www.resonateyemen.org/ar>